

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “Studi fenomenologi *facebook* sebagai karakteristik komunikasi di Indonesia “. Latar belakang dari penelitian ini adalah melihat pesatnya perkembangan teknologi informasi sehingga berdampak pula pada perkembangan dalam media komunikasi. Perkembangan teknologi informasi ditandai dengan muncul nya internet lalu disusul pula munculnya media sosial atau jejaring sosial. Berbagai macam jejaring sosial yang bermunculan mulai dari era *Friendster*, *MySpace*, *Plurk* , *Facebook*, *twitter*, dan sebagainya. Namun yang paling menyita perhatian masyarakat Indonesia adalah *Facebook*. Terbukti dengan pesat nya pengguna *facebook* di Indonesia sebagai pengguna terbesar ke dua setelah Amerika Serikat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana situs jejaring sosial *facebook* begitu diminati dan begitu mewakili karakteristik masyarakat Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi yang disajikan dengan uraian yang detail dan sistematis. Fenomenologi adalah sebuah paradigma studi tentang pengalaman yang disadari . Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan narasumber, observasi langsung perilaku narasumber, serta studi kepustakaan. Selain itu penelitian ini juga merupakan pengalaman langsung dari peneliti.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengguna *facebook* di Indonesia terdiri dari berbagai usia, kalangan , juga status sosial. Berbeda dengan jejaring sosial lain yang hanya menjangkau kalangan tertentu saja. *Facebook* digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk berbagai macam hal seperti untuk interaksi sosial, bermain game, media penyampai aspirasi, hingga sebagai media bisnis. Fitur-fitur yang ditawarkan *facebook* terasa lebih lengkap dibanding dengan jejaring sosial lain. Fitur-fitur tersebut sangat mendukung komunikasi masyarakat Indonesia yang gemar bersosialisasi, *ngobrol*, silaturahmi, berkelompok, hingga ada yang menggunakan *facebook* sebagai media pencitraan. Itu mengapa *facebook* begitu diminati di Indonesia dikarenakan karakteristik jejaring sosial tersebut mewakili karakter masyarakat di Indonesia.

ABSTRACT

The title of this research is “The Study of Facebook Phenomenology as a Communication Characteristics in Indonesia”. The background of this research is to see the rapid development of information technology so that it gives impacts on the development in the media communication. The development of information technology is marked by the emergence of internet and followed by social media or social networking. Various social networking that emerge from the era of *Friendster*, MySpace, Plurk, Facebook, twitter, and so forth. However, the most attract attention of Indonesian Society is Facebook. It is showed by the rapid numbers of Facebook users in Indonesia as the second biggest users after United States.. The aim of this research is to know how the social networking site of facebook is interested and fit to Indonesia society.

This research uses qualitative with a Phenomenology approach which was provided with a detail and systematic explanation. Phenomenology is a paradigm or approach on the conscious experience . The data collecting technique is conducted with an interview of the source, direct observation of the source’s behaviors, and literary study. Besides, this research is a direct experience of the researcher. From the conducted research it could be concluded that Facebook users in Indonesia consists of people from various age, class and social status. It is different from other social networking that only reaches a certain community. Facebook is used by Indonesian society to various aims as social interaction, to play games, media which conveys aspiration, until as a business media. Features provided by facebook are more complete than other social networking. Those features is very supporting to Indonesian society’s communication who like to socialize, chatting, *silaturahmi* (maintain the relationship with others), gather, and there are people who use facebook as an image media. Therefore, Facebook is very interested in Indonesia because the characteristics of social networking was fit to characteristics of the society in Indonesia.